

Vol.21 バリアフリー ムーブメント

「いざ」じゃないとき知る知識!
「いざ」というとき引き出す知識!

**バリアフリーな社会を生きるため、
必要なことを先取りしよう!**

「今回のテーマ」
ドイツでも指示を受けた、
日本発の共用品の配慮

バリアフリーやユニバーサルデザイン、共用品、アクセシブルデザイン、デザインフォーオール……。色々な言葉があるが、これらはおおむね「障害の有無、年齢の高低にかかわらず、より多くの人にとっても使いやすい製品、サービス、施設」のことを言っている。

今回は、「共用品」という言葉を使って、ドイツで開催された展示会の情報を紹介する。

(森川 美和)

配慮は知っていたけれど、その理由は何?

何となく配慮は知っていたけれど、その理由は「シャンプーのギザギザ」は滑り止めたかと思っただけ、その理由までは知らない人が多い。

たとえば「シャンプーのギザギザ」は滑り止めたかと思っただけ、その理由までは知らない人が多い。

たまたま「シャンプーのギザギザ」は滑り止めたかと思っただけ、その理由までは知らない人が多い。

「電話の5番の凸」は番号の中心が分かるようにするために付けられたもので、目の不自由な人や暗がりや電話をかける場合に5番の凸は印になる。

「缶ビールの点字表示」は点字で「おきけ」と書いてあるが、目の不自由な人の印になることはもちろん、子ども連に「点字が付いているものはお酒だから飲めないこと」を伝えておけば誤飲防止にもなる。

つまり、共用品は特定の人のものだけでなく、使う人の考え方や、幾通りもの使い

2004年11月10日〜13日(4日間)、ドイツ・デュッセルドルフで開かれた「REHACARE 2004」(日本名称:国際リハビリテーション・介護機器展) JAPANブース(※)に、(財)共用品推進機構(障害の有無、年齢の高低にかかわらず、より多くの人にとっても使いやすい製品、サービス、施設の普及・啓発等に努める団体)が、昨年度に続き2回目の共用品の出展並びにアンケート調査を行なった。

共用品を代表する配慮、いくつ知っている?

左の表の配慮は日本を代表するものであるが、日本在住のみなさんほどの程度に存知だろうか。

2003年のドイツの展示会ではブース来場者の8割の人が「これらの配慮を」知らなかったと答えている。

しかし2004年の展示会では「電話の5番の凸」は全体の約5割、「缶ビールの点字表示」は3割近くの人が知っていると答えている。「シャンプーのギザギザ」はわずか1割程度であるが、これはドイツの市場にギザギザ付きのシャンプーの販売がほとんどなく、触れる機会がないためだと思われる。

「知っている」と答えた人達の中には、2003年も本ブースに来場された方も多く、日本の配慮は人にとって優しいものばかり。障害のある人達だけでなく、誰にとっても使いやすいと話した。

■アンケートに答える来場者



■JAPANブース(共用品コーナー)



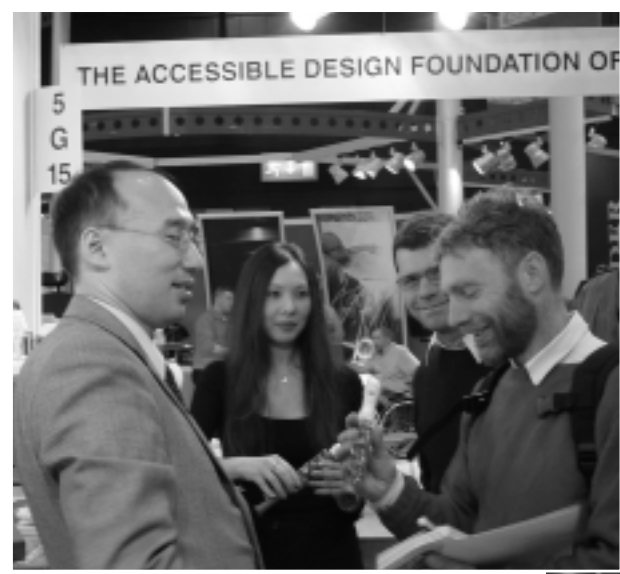
今回はじめて共用品を知ったと言われる方は、是非一度、共用品とはどんなものかご覧いただき、毎日の生活の中で生かしていただきたいと思っ

■共用品推進機構ホームページ共用品リスト:
<http://kyoyohin.org/02kyoyouhin/2004catalogist.html> (閲覧は無料です)

■共用品白書(発行:ぎょうせい) 2,800円
(全国の書店で好評発売中)



■細かい配慮に見入る来場者



■片手で使えるリコーダーに感心する来場者

*JAPANブースは、日本貿易振興会(JETRO)並びに日本福祉用具・生活支援用具協会(JASPA)が、日本の福祉機器メーカー等に海外でのビジネスチャンスを提供するために設けたブース。(2003年度から開始)

*アンケートは本ブース来場者約1500人のうち102人の回答をもとに分析している

【お問い合わせ先】
財団法人共用品推進機構
〒101-0064 東京都千代田区猿樂町2-5-4
TEL:03-5280-0020/FAX:03-5280-2373
HP: <http://kyoyohin.org/>

(PR) 財団法人共用品推進機構 ☎03-5280-0020/FAX03-5280-2373
URL: <http://kyoyohin.org/> E-mail: jimukyoku@kyoyohin.org